

На правах рукописи



ЗУБАРЕВ Сергей Валерьевич

**ДИСКУРС СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЫ КАК СМЫСЛОВОЕ ПОЛЕ
ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ
КОЛЛЕКТИВНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ
(МИКРОКОНЦЕПТОСФЕРА «БОГАТСТВО»)**

10.02.19 – Теория языка

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Работа выполнена на кафедре русского языка ГОУ ВПО
«Сочинский государственный университет туризма и курортного дела»

Научный руководитель –
доктор филологических наук, профессор
Ворожбитова Александра Анатольевна

Официальные оппоненты:
доктор филологических наук, профессор
Рядчикова Елена Николаевна

кандидат филологических наук, доцент
Темрокова Лариса Индербиевна

Ведущая организация –
ГОУ ВПО «Поморский государственный
университет им. М.В. Ломоносова»

Защита диссертации состоится 24 декабря 2009 г. в 15.00 часов на заседании совета Д 212.076.05 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата филологических наук при ГОУ ВПО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова» (360004, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГОУ ВПО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова» (360004, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173).

Автореферат разослан 22 ноября 2009 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000726976

Щербань Г.Е.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность работы обусловлена ее лингвокогнитивной, лингвокультурологической, этнопсихолингвистической направленностью, свойственной лингвистике последних десятилетий. Проблемы функционирования дискурса СМИ в аспекте их целенаправленного воздействия на языковое сознание коллективного реципиента и активного формирования ценностных установок и мировоззренческих стереотипов, организующих жизнедеятельность общества и отдельной личности, являются значимыми и недостаточно исследованными в современной научной литературе. С этой точки зрения, особый интерес вызывает функционирование в дискурсе современных российских печатных СМИ (в сопоставлении с британской прессой) лингвокультурного концепта «Богатство». Данный концепт играет важную роль в современном постиндустриальном обществе, находя множественное воплощение в языковой семантике и коммуникативной деятельности коллективной языковой личности любого этноса. Однако системное описание этих признаков применительно к концепту «Богатство» не проводилось. Рассмотрение характера функционирования данного концепта в русской и английской языковых картинах мира в рамках лингвориторической (ЛР) парадигмы как интегративного исследовательского подхода призвано восполнить существующий пробел.

Объектом исследования выступает дискурс современной массовой российской и британской прессы, **предметом** – медиаконтексты центральных и региональных печатных изданий, содержащие языковые репрезентации микроконцептосферы «Богатство» – концепта, обладающего сложной внутренней структурой и взаимодействующего с другими концептами в рамках макроконцептосферы.

Цель работы – выявить и сопоставить ЛР способы формирования ценностных ориентиров коллективной языковой личности (ЯЛ) в дискурсе современной русско- и англоязычной прессы.

Задачи исследования:

- описать концепты как ценностные доминанты коллективной ЯЛ этноса, а также принципы концептуального и ЛР анализа;
- рассмотреть семиотическое пространство дискурса прессы как ЛР конструкт и охарактеризовать роль современных печатных СМИ в процессе категоризации культурных ценностей;
- обозначить национальные особенности микроконцептосферы «Богатство» на лексико-фразеологическом уровне как первичном в осмыслении соответствий русской / английской языковых картин мира;
- проанализировать ЛР специфику микроконцептосферы «Богатство» в дискурсе современной русскоязычной прессы как основе формирования ценностных ориентиров;
- выявить специфику представления микроконцептосферы «Riches / Richness / Wealth» в современной британской прессе;
- установить на основе интегральных и дифференциальных признаков ЛР репрезентации микроконцептосфер «Богатство» / «Riches / Richness / Wealth» в прессе начала XXI в. этнопсихолингвистическую характеристику ценностных ориентиров коллективной ЯЛ.

Материалом работы послужили данные сплошной выборки из толковых, этимологических, семиологических, фразеологических и др. словарей русского и английского языков, а также контексты употребления лексем – репрезентантов микроконцептосферы «Богатство» – в текстах российских и британских газет и журналов с 2000 по 2009 гг. общим объемом около 3000 цитаций.

Гипотеза исследования заключалась в том, что сущностным признаком дискурса современной прессы выступает наличие ЛР инструментария формирования ценностных ориентиров коллективной ЯЛ. Концепт «Богатство», выступающий как один из значимых лингвокультурных концептов, имеет специфические ЛР способы представления в разных этнолингвокультурах.

Теоретико-методологическую основу исследования составили труды Н.Ф. Алефиренко, Ю.Д. Апресяна, И.В. Арнольд, Н.Д. Арутюновой, А.Н. Бабушкина, А.А. Ворожбитовой, Т.Г. Добросклонской, В.И. Карасика, Ю.Н. Караулова, В.В. Красных, Е.С. Кубряковой, Д.С. Лихачева, В.А. Масловой, А.А. Леонтьева, Ю.С. Степанова, И.А. Стернина, В.Н. Телия и ряда других ученых, разрабатывающих различные аспекты когнитивной лингвистики, лингвокультурологии, этнопсихолингвистики; работы Н.Э. Агарковой, Е.В. Клементьевой, С.Б. Куций, И.А. Майоренко, Н.С. Макеевой, Т.Н. Новоселовой, Е.Г. Шестиной, Е.Н. Учайкиной, посвященные концептуализации понятий «деньги», «богатство» в различных языковых картинах мира.

В качестве **методов исследования** использовались методы системного анализа, моделирования, категоризации понятий; описательный, дистрибутивный; методы контекстного, структурно-семантического, когнитивного, ЛР анализа; сопоставительный метод для выявления универсальных и специфических характеристик национальных языковых картин мира.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- впервые концепт «Богатство» рассмотрен как система ценностных ориентиров в дискурсе печатных СМИ с позиций ЛР подхода;
- дискурс современной прессы охарактеризован как ЛР конструкт, способствующий иерархизации элементов микроконцептосферы «Богатство» в языковом сознании носителей английской и русской лингвокультуры;
- выявлены определенные интегральные и дифференциальные признаки ЛР репрезентации в прессе соответствующих участков русской и английской национальных концептосфер и на их основе – этнопсихолингвистические особенности ценностных ориентиров коллективной ЯЛ.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что в ней уточнено представление о концепте как ценностной доминанте ЯЛ этноса; охарактеризован лексико-фразеологический уровень в качестве первичного, отражающего исходное наполнение концепта; рассмотрен дискурс прессы как ЛР конструкт, аксиологически ориентирующий коллективную ЯЛ; представлен механизм выявления актуальной этнопсихолингвистической специфики языковой картины мира.

Практическая значимость заключается в возможности применения результатов исследования в теоретических и практических курсах русской и английской лексикологии, стилистики, лингвокультурологии, на занятиях по практике русского и английского языков.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Современная пресса как часть социокультурной среды служит не только отражением, но и инструментом формирования ценностной картины мира коллективной языковой личности этноса. Дискурс прессы является лингвориторическим конструктом, параметры которого (этнос / логос / пафос; ABC / тезаурус / прагматикон; инвенция / диспозиция / элокуция) структурируют семиотическое пространство и указывают на аксиологию концепта «Богатство» в его смысловом поле. Дискурсивная практика существенно расширяет наполнение микроконцептосферы «Богатство», где в качестве ядра выступают этосные, логосные, пафосные лингвориторические ценности, а в периферийной зоне располагаются конкретизирующие их частные концептуализированные смыслы.

2. Микроконцептосферы «Богатство» / «Riches / Richness / Wealth» в русской и английской картинах мира различаются составом вербализованных элементов и принципами структурной организации. В лексико-фразеологическом фонде одному имени концепта в русском языке («Богатство») соответствует три наименования в английском («Rich», «Richness» и «Wealth»), что указывает на большую структурированность в британской языковой картине мира представлений о достатке, изобилии, обеспеченности и т.д. Микроконцептосфера «Богатство» характеризуется наличием двух ядерных компонентов: «материальное богатство» – «духовное богатство» с широкой сетью периферийных значений. Микроконцептосфера «Riches / Richness / Wealth» обладает одним центром «материальное богатство», который, отличаясь сложной внутренней структурой, группирует единицы со значением материального благополучия.

3. В дискурсе прессы XXI в. микроконцептосфера «Богатство» развивает заданную лексико-фразеологическим фондом двуполярность. Современная российская пресса ценностно ориентирована на осмысление материального богатства как социально-философской категории (этнос). Нравственность / безнравственность материального богатства как основное мыслительно-словесное начало речи (логос) продуценты дискурса комментируют, опираясь на различные типы эмоциональной аргументации (пафос): мифологический, убеждающий, прагматический, гедонистический, смысловывявляющий, формируя «плюрализм ценностей». Контексты современной английской прессы с репрезентантами концепта «Riches / Richness / Wealth», несмотря на широкий тематический охват (политика, экономика, культура, наука, образование, медицина, спорт, окружающая среда, реклама), демонстрируют стабильность ценностной картины мира и способов ее представления.

4. Интегральным признаком лингвориторической репрезентации микроконцептосфер «Богатство» / «Riches / Richness / Wealth» в прессе начала III тысячелетия является наличие всех лингвориторических параметров. К дифференциальным признакам относятся: специфические формы выражения прагматикона, тезауруса и др. лингвориторических категорий, обусловленные различием социокультурной среды. Русская ментальность на фоне английской в дискурсе современной прессы предстает как особый способ восприятия и оценки действительности – амбивалентный, выросший на основе перманентного внутренне-

го конфликта материальной и духовной сферы и нашедший отражение в языковой картине мира в виде двухъядерной микроконцептосферы «Богатство».

Апробация диссертационного исследования. Основные положения диссертационного исследования и полученные результаты обсуждались на научных семинарах кафедр русского языка и английского языка Социально-педагогического факультета СГУТиКД, на заседаниях Студенческого лингво-риторического кружка, на ряде научных конференций: по проблемам филологии и методики преподавания «Лингвофевраль» (Сочи, 2003); на Международных научно-методических конференциях «Проектирование инновационных процессов в социокультурной и образовательной сферах» (Сочи, 2003, 2004, 2005); на Всероссийских научно-методических конференциях «Гуманитарные науки: исследования и методика преподавания в высшей школе» (Сочи, 2005, 2007, 2008), на научно-практических конференциях «Дни науки Социально-педагогического факультета СГУТиКД» (Сочи, 2007, 2009);

Структура работы: диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографии и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе – *«Теоретико-методологические основы изучения дискурса прессы как семиотического пространства и смыслового поля формирования ценностных ориентиров коллективной языковой личности этноса»* – охарактеризован научный аппарат когнитивной лингвистики, лингвокультурологии и этнопсихолингвистики как теоретическая основа анализа языковых презентаций ценностных доминант; описаны принципы концептуального и ЛР анализа; проанализировано семиотическое пространство дискурса прессы как ЛР конструкт, рассмотрен концепт «Богатство» как культурологический феномен; охарактеризована роль современной прессы как динамичного синхронного среза картины мира коллективной ЯЛ в процессе категоризации культурных ценностей.

В современной лингвистике можно выделить два основных направления, в рамках которых происходит осмысление понятия «концепт»: когнитивное и лингвокультурологическое. В когнитивном направлении концепт интерпретируется как ментальное образование, своеобразный фокус знаний о мире, когнитивная структура, включающая единицы оперативного сознания, объективирующиеся через языковые средства того или иного языка (Е.С. Кубрякова, Ю.Г. Панкрац и др.). В лингвокультурологическом направлении концепт понимается как ментальная сущность, несущая на себе отпечаток определенной культуры, а совокупность концептов образует упорядоченную концептосферу того или иного народа (Д.С. Лихачев, Н.Д. Арутюнова, Ю. С. Степанов, В.И. Карасик и др.). Лингвокультурный концепт, по сравнению с когнитивным, имеет ряд специфических черт: комплексность бытования; ментальную природу; ценностность; условность и размытость; изменчивость; ограниченность сознанием носителя; трехкомпонентность; полиапеллируемость; многомерность; методологическую открытость; поликлассифицируемость [Карасик, Слышкин 2003]. Перечисленные признаки лингвокультурных концептов свидетельствуют о сложности дан-

ного понятия, пребывающего одновременно в трех сферах: сознании, культуре и языке (речи) и непременно включающего в себя ценностную составляющую.

Представление с. концепте как ценностной доминанте достаточно прочно закрепилось в исследованиях концепта как поливалентной единицы. Об этом свидетельствуют определения, согласно которым «концепт – не только отражение реально существующих феноменов – явлений действительности, но и их оценка» [Любина 2006: 4]; «центром концепта всегда является ценность, поскольку концепт служит исследованию культуры, а в основе культуры лежит именно ценностный принцип» [Стешина 2008: 7].

Ценности – наиболее фундаментальные характеристики культуры, высшие ориентиры поведения, которые возникают, по мнению П.С. Гуревича, не только на основе знаний и информации, но и собственного жизненного опыта человека, они представляют собой личностно окрашенное отношение к миру [Гуревич 1995: 120]. Ценности делятся на внешние и внутренние, социально и персонально обусловленные, индивидуальные / микрогрупповые / макрогрупповые, этнические и общечеловеческие, образуя ценностную шкалу, являющуюся достаточно устойчивой для аксиологической ориентации человека, социума, этноса. Упорядоченное множество оценочных суждений, обнаруживающих ценностные ориентации социума, этноса или этносоциума складываются в ценностную картину мира. Взгляд на владение культурной семантикой непосредственно через субъект языка и культуры, признание включенности языка в культуру благодаря его способности накапливать и хранить память о предшествующих знаниях, открывает возможность исследовать концепт в дискурсе как особом смысловом пространстве через сопоставление полученных результатов с одним или несколькими языками.

Сравнительно новое направление – этнопсихолингвистика – понимает концепт как отражение взаимосвязи между языком, сознанием, культурой и этносом (В.В. Красных), а значит, направлено на выявление механизмов формирования ценностных суждений коллективной ЯЛ этноса.

ЯЛ как предмет лингвистического изучения представляет собой обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций. Система концептов образует лингвокогнитивный (тезаурусный) уровень ЯЛ (термин Ю.Н. Караулова), а на базе лингвокультурных – центральных культурных концептов – формируется коллективная ЯЛ этноса. Коллективная ЯЛ в самом широком смысле – это народ как речевое сообщество [Ничипорович 1998], «совокупная языковая личность этносоциума» [Ворожбитова 2000 б: 43]. По утверждению Ю.Д. Апресяна, «выражаемые в языке значения складываются в некую единую систему взглядов, своего рода коллективную философию, которая навязывается всем носителям языка» [Апресян 1995: 350]. Эта коллективная философия и есть картина мира, свойственная всем носителям языка и культурного опыта – коллективной ЯЛ этноса.

Анализ концептов как ценностных ориентиров определенного этносоциума позволяет раскрыть сущность национальной картины мира, ментальности, менталитета. Картины мира различных этносов при сходном наборе базовых концептов различаются их группировкой, т.е. концепты как ценностные доминанты

выстраиваются в соответствии со степенью значимости, объединяясь вокруг наиболее ценных для данного этноса представлений. Таким образом, картина мира имеет сложную структуру (аналогичную структуре концепта): в ней ученые выделяют ядро (некое единое понятийное поле) и периферию, она национально конкретна и исторически изменчива.

Ментальность ученые трактуют как категорию, соединяющую в себе «интеллектуальные, духовные и волевые качества национального характера в типичных его проявлениях» [Маслова 2004 б: 49] и являющуюся «сердцевиной этнокультуры» [Алефиренко 2002 а: 16], определяя национальный менталитет как «национальный способ восприятия и понимания действительности на базе присутствующих в национальном сознании стереотипов, готовых мыслей, схем объяснения явлений и событий, механизмов каузальной атрибуции» [Очерк американского коммуникативного поведения 2001: 40]. Если языковая картина мира формирует тип отношения человека к миру, то каждый естественный язык отражает определенный способ восприятия и ментальной организации мира этносом как коллективной ЯЛ.

По справедливому замечанию А.А. Мельниковой, «исследование языковых феноменов представляется наиболее перспективным направлением как для изучения самой картины мира (и связанного с ней национального характера), так и для выявления механизмов, транслирующих определенные этические константы» [Мельникова 2003: 22], так как именно язык является источником сведений о концептуальных структурах человеческого сознания.

Концептуальный анализ обнаруживает двойственный характер, предполагающий изучение концептов и исследование ментальных свойств посредством концептов. Анализ концептов в когнитивной лингвистике и лингвокультурологии опирается на их языковые репрезентации (лексические, фразеологические и паремические) и включает общие этапы: определение имени (концепта, поля); указание лексикографических данных; выделение ядра и периферии (краткий вариант или подробное описание поля по слоям); привлечение различных контекстов (в т.ч. пословиц, поговорок, фразеологизмов); изучение функционирования исследуемых слов в тексте. В ряде работ, описывающих концептуализацию понятий «Богатство», «Деньги», исследователями разрабатывается собственная методика проведения концептуального анализа [См.: Агаркова 2001; Куцый 2003; Майоренко 2005; Учайкина 2005; Клементьева 2008; Стешина 2008]. Так, А.А. Фадеева на материале экономических рекомендательных текстов рассматривает организацию *риторического поля* [Фадеева 2003] как фактор воздействия на адресата.

Важно отметить, что в результате всплеска интереса к проблемам риторики в середине 1980-х – начале 1990-х гг. возникла неориторика, которая сегодня, претендуя на роль всеобщей методологии гуманитарного знания, занимается проблемами общественного управления, формирования морали, нравственности и этики, создания стиля, исследования психологии речетворчества [Рождественский 2003]. ЛР направление сложилось на стыке лингвистики и неориторики и оперирует элементами терминологической системы двух наук. Ключевой термин «ЛР парадигма», введенный А.А. Ворожбитовой, отражает инте-

грационный характер лингвориторики. Девятимерная система координат ЛР парадигмы: идеологические компоненты речемыслительного процесса (этос, логос, пафос), уровни структуры языковой личности (ассоциативно-вербальная сеть, тезаурус, прагматикон) (по Ю.Н. Караулову), этапы универсального идеоречевого цикла от мысли к слову (инвенция, диспозиция, элокуция) – служит основой интерпретации дискурса (применительно к данному исследованию – дискурса прессы) и соотносимого с ним понятия текста. Таким образом, ЛР анализ представляет собой комплексное исследование способов оказываемого речевого воздействия и позволяет интерпретировать ЛР средства представления концепта «Богатство» в функциональном аспекте.

Исследование современной картины мира требует привлечения материала, служащего индикатором состояния общественного сознания и отражающего его малейшие изменения. Поиск языковых единиц, репрезентирующих концепт «Богатство», в прессе продуктивен для выявления сходства / различия национальных картин мира в данном сегменте, поскольку СМИ (и, в частности, пресса) фиксируют сегодняшний образ мысли коллективной ЯЛ. Тем самым дискурс прессы выступает «совокупностью устойчивых коммуникативных событий», которые закрепляются в сознании коллективной ЯЛ как лингвистического среза «этнокультурного сообщества» [Алефиренко 2002 а: 132] того или иного социально-исторического периода развития этноса и государства.

В лингвистике существует множество определений понятия «дискурс». «Дискурс (от франц. discours – речь) – *связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами*; текст, взятый в событийном аспекте» [Арутюнова 1990: 136–137]. Е.С. Кубрякова и О.В. Александрова под дискурсом понимают когнитивный процесс, связанный с реальным речепроизводством, созданием речевого произведения, тогда как текст представляет собой конечный результат процесса речевой деятельности в определенной зафиксированной форме [Кубрякова, Александрова 1997: 19]. А.А. Кибрик полагает, что дискурс представляет собой одновременно и процесс языковой деятельности, и ее результат (текст) [Современная американская лингвистика 2002: 307]. Текст тесно связан с категорией дискурса и является результатом некоего дискурсивного процесса. Соответственно, журналистские тексты, включенные в общественную жизнь путем избрания отдельных ее фрагментов и определения их ценности, выступают в качестве дискурса СМИ. По мнению И.В. Арнольд, связь между дискурсом и текстом обеспечивает контекст, являясь «медиатором» между данными категориями и «конкретной актуализацией текста как единицы дискурса» [Арнольд 2004: 68]. При этом медиаконтексты как текстовые реализации дискурса прессы представляют собой актуальный срез этнокультурного менталитета.

Дискурс современной прессы, относясь с точки зрения теории функциональных стилей к публицистике, выполняет две функции: информирования и воздействия и представляет собой динамичный синхронный срез картины мира коллективной языковой личности. Традиционно выделяют информационные, аналитические и литературно-художественные жанры публицистики. Однако коренные изменения типологии печатных СМИ стали причиной трансформа-

ции жанрово-стилистической системы публицистики: практически полное исчезновение таких жанров, как эссе и фельетон; активное использование сниженной лексики и т.д. Расшатывание жанровых границ публицистики обусловило продуктивность деления журналистских текстов в соответствии с особенностями психологии мышления на мифологические, убеждающие, прагматические, гедонистические, смысловывявляющие [Пронина 2006]. *Мифологический текст* ориентируется на иррациональную сторону человеческой психики, характеризующуюся «синкретичностью: целостностью и эмоциональностью восприятия, нерасчлененностью желаний и реальности. *Убеждающий текст* опирается на рациональность мышления и путем строгих логических процедур стремится добиться самоочевидности. *Прагматический текст* нацелен на разрешение конкретной жизненной ситуации, а не глобальной проблемы. «Ему чужды просветительский пафос учительства и духовное наставничество, столь характерные для убеждающего текста. Он говорит не о том, как правильно, а о том, как полезно, и формирует не символ культуры, а образ разумного действия, и не на уровне «сверкающих обобщений», а путем отрицательных и положительных подкреплений» [Пронина 2006: 144]. *Гедонистический текст* совмещает функции развлечения, удовольствия и острых ощущений. Ему свойственна десакрализация (развенчание, профанация, опошление) фундаментальных духовных ценностей и культуuroобразующих символов социума. *Смысловывявляющий текст* освещает события, руководствуясь высшими ценностями. В нем полная свобода выбора сочетается с полной мерой ответственности. Данные типы публицистических текстов составляют каркас дискурса современной прессы, количественно варьируясь в зависимости от характера печатных изданий, квалифицируемых как массовая пресса.

Массовая пресса занимает срединное положение между качественной и «желтой» прессой. Она составляет пласт востребованных печатных СМИ, охватывающих широкие слои населения и оказывающих наибольшее влияние на ценностные ориентиры коллективной ЯЛ. Дискурс прессы в современном обществе выступает в качестве механизма, устанавливающего своего рода ценностные ориентиры, которые отнюдь не всегда соответствуют «высшим ценностям», но являются актуальными на определенном этапе его развития. В этом смысле дискурс прессы является семиотическим пространством, которое, в силу знаковой природы языка, членится в соответствии с общей семиотической теорией на семантику, синтактику и прагматику, отражая взаимодействие смысловых, композиционных и мотивационных факторов.

Дискурс прессы как ЛР конструкт представляет собой риторически организованное семиотическое пространство. Элементы данного конструкта – параметры ЛР парадигмы – отражают разные стороны дискурсивно-текстообразующего процесса в печатных СМИ. Этос, логос, пафос – формируют базовые ценностные установки; АВС, тезаурус, прагматикон – характеризуют ЯЛ автора (представитель некоего журналистского сообщества, а также его собеседник (жанр – интервью), наделенный особым социальным статусом); инвенция, диспозиция, элокуция – обозначают ключевые этапы создания продукта журналистского творчества. ЛР анализ, строящийся на девяти выше обо-

значенных параметрах, способен достаточно полно отобразить специфику лингвокультурного концепта «Богатство» в дискурсе современной прессы и продемонстрировать на его примере способы формирования ценностных ориентиров.

Содержание лингвокультурных концептов определяется нормами бытования социума. Концепт «Богатство», выступающий как культурологический феномен, коррелируясь с концептом «Деньги» [Ср.: «Деньги. Бизнес» в словаре Ю.С. Степанова «Константы: словарь русской культуры» (М., 2004). – С.3.], отражает устойчивое представление о материальном благе. Философия богатства характеризуется наличием тесной связи между общественно-экономическим бытием и ценностно-целевым отношением к способам обретения материальных благ и формами обладания ими.

Исторически сложившаяся антиномия материального / духовного предполагает осмысление феномена богатства «не только в предметно вещном наполнении (обладание большим имуществом, деньгами), но и духовно нравственном состоянии (содержащий в себе много ценных качеств)» [Вепрева 2005: 308–309]. Исследуя отношение к богатству, сформировавшееся в русском национальном характере, ученые отмечают слабую ориентированность на материальные блага [Касьянова 1994: 271], недостаточность материального благополучия для ощущения счастья «по-русски» [Сергеева 2005: 26], причисление бедности к нравственному началу, противопоставляемому нечестному богатству [Сикевиц 1996: 102].

Наблюдаемая трансформация концепта «Богатство» в русском национальном сознании обусловлена влиянием западных ценностей с их непременными прагматическими атрибутами: престижная работа, карьера, успех, прибыль, богатство, а также постмодернистским пониманием денег, выводящим их за пределы универсальных нравственных критериев [Зарубина 2007: 51–52]. Изменились и способы формирования общественного мнения. В новых социальных условиях мнение известных людей с высоким личностным статусом оказывается значимым для большинства и способствует корректировке исходных представлений о лингвокультурных концептах. Однако и в современных условиях нельзя говорить о полной трансформации лингвокультурного концепта «Богатства», так как и сегодня многие представители российского социума демонстрируют разное отношение к богатству и его атрибутам в соответствии с различным восприятием быстро меняющегося мира. Нельзя не согласиться с тем, что «столкновение противоречивых тенденций в рамках одного концепта, нарушение общепринятых табу на значимость богатства и денег в структуре национальных ценностей влияет на нравственный климат общества» [Вепрева 2005: 313]. В современных условиях доминирования средств массовой коммуникации «журналистика стала полем и одновременно инструментом в борьбе новых ценностей» [Осташевский 2001: 3]. СМИ, включая прессу, с одной стороны, отражают сложившиеся общественные настроения, ценности, а с другой, – являясь эффективным способом воздействия на аудиторию, выступают в качестве орудия формирования определенных ценностных ориентиров.

Влияние СМИ на общественное сознание убедительно обосновано учеными. Зарубежные исследования массовой коммуникации, начавшиеся в середине

XIX столетия, привели к тому, что в 30–40-е гг. XX века П. Лазерсфельд, Г. Лассвелл, а в 60–90-е гг. Г. Шиллер, Дж. Гербнер и др. разработали различные аспекты взаимодействия общества и массовой коммуникации. «Корректировка ожиданий» и «культивирование потребностей» собственно и есть то поле, на котором неустанно трудятся масс-медиа и прежде всего «информационная индустрия телевидения», которое, по словам Дж. Гербнера, «1) смазывает (Blurs) традиционно существующие различия в мировоззрении людей, 2) смешивает (Blends) их частные жизненные реалии в обобщенном культурном потоке и 3) связывает (Bends) эту обобщенную реальность со своими собственными институциональными интересами и интересами своих спонсоров» [Gerbner 1990: 261]. Отечественные исследователи (Т.В. Клоков, А.А. Тертычный, М.З. Ярмиев и др.) также указывают на то, что формирование ценностных ориентиров в обществе происходит с опорой на коммуникативные средства, но, для того чтобы изучить характер этого влияния, необходимо опираться не только на «набор» содержательных элементов, но и на «равнодействующую» [Курсив автора. – С.З.] мотивов и целей (интенциональность)» [Адамьянц 2008]. В этом плане ЛР подход, учитывающий различные факторы дискурсивно-текстообразующего процесса (в том числе и прагматические), позволяет раскрыть механизм формирования ценностных ориентиров коллективной ЯЛ этноса в дискурсе современной прессы.

Во второй главе – *«Микроконцептосфера «Богатство» как система ценностных ориентиров в лексико-фразеологическом фонде и дискурсе современной прессы (на материале русского и английского языков)»* – представлены языковые репрезентации микроконцептосфер «Богатство» / «Riches / Richness / Wealth» путем анализа корпуса словарей (толковых, этимологических, семиологических, фразеологических); проанализированы типичные контексты употребления единиц данных микроконцептосфер в дискурсе современной прессы; выявлена их ЛР специфика; обозначены интегральные / дифференциальные признаки репрезентации микроконцептосфер «Богатство» / «Riches / Richness / Wealth» в русской и английской лингвокультурах, обусловленные этнопсихолингвистическими особенностями коллективной ЯЛ.

Опираясь на термин Д.С. Лихачева «концептосфера» и учитывая тот факт, что концепты дифференцируются по значимости, занимаемой позиции в общем кругу концептов, а также отличаются сложной внутренней структурой, в которой выделяется ядро и периферия, можно представить отдельные концепты как микроконцептосферы, взаимодействующие друг с другом и образующие в совокупности единую макроконцептосферу коллективной ЯЛ этноса.

По данным русскоязычных словарей [«Толковый словарь русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой (М., 1993), «Толковый словарь русского языка конца XX в.: Языковые изменения» (М., 2001), «Тематический словарь русского языка» Л.Г. Саяховой и др. (М., 2000) и др.] ключевыми лексемами, репрезентирующими микроконцептосферу «Богатство», являются *богатство, богач, богатый, богатеть*. Данные лексемы обозначая сам объект/предмет, лицо, владеющее им, признак на основе обладания данным предметом и действие по приобретению данного предмета, признака, образуют зону ядра семантического поля исследуемого концепта. Центром ядра выступает лексема *богатство*. В

«Словаре современного русского литературного языка» (М., 1991) *«богатство»* определяется как: 1. *Обилие материальных ценностей, денег // Роскошь, пышность, великолепие.* 2. *Совокупность, обилие, разнообразие природных ресурсов. Богатство чего-л., какое-л. (богатство недр).* 3. *Перен. О многообразии высоких нравственных качеств. Богатство кого-, чего-л., какое-л. (богатство души; духовное богатство).* Обращение к толковым словарям демонстрирует характер соотношения прямого / переносного значения: прямое значение – материальное изобилие; переносное – совокупность нравственных качеств, нематериальная сфера. Лексемы *богатство, богатый, богач, богатеть* образуют ядро семантического поля исследуемой микроконцептосферы; центром ядра выступает имя концепта – лексема *богатство*. Лексема *богатство* имеет следующие синонимы: «*большое личное имущество, большой достаток в семье, хозяйстве и т.п.*»: *обеспеченность* («значительные средства, с избытком обеспечивающие необходимый комфорт»), *зажиточность*; «большое количество, множество» – *обилие, изобилие, щедрость, обильность, изобильность*; «внешнее великолепие, нарядность, пышная красота» – *роскошь, пышность, шик* [Словарь синонимов русского языка 2001: 37–38]. Данные единицы в совокупности с синонимами / антонимами ключевых лексем находятся на периферии микроконцептосферы.

Единицы паремического фонда русского языка репрезентируют языковую картину мира, фиксируя иерархию ценностных суждений. Русское языковое сознание в соответствии с православно-христианской традицией подчеркивает нравственный приоритет честной бедности над нечестно нажитым богатством. Большая часть русских пословиц в специфической образной форме отражает данное представление (*Лучше быть бедняком, чем разбогатеть со грехом; Богатый душу черту закладывает; Богат, да крив, беден, да честен; Пусти душу в ад — будешь богат*). Однако специфика паремиологической единицы: «соответствовать как можно более широкому кругу жизненных ситуаций и отражать воззрения людей разного сословного и имущественного положения» [Майоренко 2005: 193] – порождает ряд антиномий: (*Не до барыша, была бы слава хороша; Честь лучше богатства – И честь не в честь, коль нечего есть; Не велика честь, коль нечего есть*). Таким образом, микроконцептосфера «Богатство» в русской национальной картине мира формируется вокруг двух ядерных смыслов: «материальное богатство» – «духовное богатство». На равнозначность данных категорий указывают как словарные дефиниции проанализированных источников, так и лексико-фразеологический фонд, содержащий значительное количество противоречивых оценочных суждений относительно категории «Богатство». Игнорирование значимости «материального богатства» в данной микроконцептосфере ведет к искажению исторически сложившейся картины мира и рассуждениям «о «некоем «идеальном» (во всех смыслах) русском народе» [Красных 2002: 13].

По данным англоязычных словарей [«Oxford Dictionary of Business English for Learners of English» (Oxford, 1993), «Longman Dictionary of Contemporary English» (Suffolk, 1995) и др.] ключевыми лексемами-репрезентантами концепта «Riches / Richness / Wealth», образующими ядро его семантического поля, выступают: центр ядра – *riches / richness / wealth (богатство)*, зона ядра – *rich*

(богатый), *richman* (богач), *to be rich* (становиться богатым, богатеть), *wealthy* (богатый), *a man of wealth* (богач). Ср.: **богатство** сущ. 1. *rich, wealth* [we-]; естественные **богатства** – *natural resources* [...'so-]; духовные **богатства** – *spiritual wealth*; **богатство** красок – *wealth of colour* [...'ka]; великолепие *richness, resplendence, gorgeous* (-ness) [*The Oxford Russian-English Dictionary*] (Oxford, 1998]. Синонимы / антонимы лексем, составляющих ядро данной микроконцептосферы, находятся на ее периферии. Так, «Англо-русский и русско-английский синонимический словарь с тематической классификацией» П.П. Литвинова (Москва, 2002) фиксирует следующие синонимы центральных лексем: *excess, exuberance* (-cy), *opulence and grandeur, glitter, loof, ordliness, luxe, luxuriance, luxury, panoply, pelf, plenitude, pomp, profusion, rankness, purse, substance, well-being, money*. Классификация паремий по смысловым блокам свидетельствует о том, что понятие богатства в английской картине мира представлено достаточно разнообразно вне противопоставления «материальное богатство» – «духовное богатство»: напр. «деньги требуют разумного отношения и бережливости»: *A fool and his money are soon parted* (Дурак легко расстанется с деньгами). *A penny saved is a penny gained*. (Пенни сбереженные – все равно что пенни заработанные). *Money spent on the brain is never spent in vain*. (Деньги, истраченные на образование, никогда даром не пропадают). *His money burns a hole in his pocket* (У него деньги не держатся). *Take care of the pence and the pounds will take care of themselves* (Позаботься о пенсах, а фунты сами о себе позаботятся). *Waste not, want not* (Не проматывай и не будешь нуждаться). *Money is a good servant but a bad master* (Деньги – хороший слуга, но плохой хозяин) и др. Микроконцептосфера «Riches / Richness / Wealth» обладает одним центром «материальное богатство», который отличается сложной внутренней структурой, в силу чего микроконцептосфера более четко организована, но менее разнообразна.

Контексты, в которых употребляются лексемы-репрезентанты микроконцептосферы «Богатство» в современной русскоязычной массовой прессе (федеральной: «Аргументы и факты», «Российская газета», «Известия», «Здоровье», «Крестьянка», «Наука и жизнь», «Спортивная жизнь» и др. и региональной: «Сочинский бульвар», «Свет», «Черноморская здравница» и др.), исходя из семантического критерия, объединяются в две группы: «материальные ценности» / «нематериальные ценности». ЛР параметры демонстрируют принципы функционирования микроконцептосферы в смысловом поле дискурса.

Этос – категория, характеризующая нравственно-философское начало речи базируется на иерархии духовных ценностей, исторически сложившихся в этносоциуме. Если на страницах «желтой» прессы игнорируется вопрос об этической составляющей богатства, то в изданиях, определенных нами как массовые, этическая сторона происхождения богатства и его использования активно обсуждается:

* «Российские богачи потрясли Британию» (Ольга Дмитриева): «Десятки скупающих без дела *миллионеры* были приглашены на ланч с выездной торговлей в *фешенебельный ресторан Sketch* неподалеку от Риджент-стрит. После того как *дамочки угостились деликатесной жареной рыбкой, сервированной с грейпфрутом, манго и зеленым луком, они скупили у Vivid бриллиантов на семизначную сумму в фунтах стерлингов*. Как горделиво заметил с трибуны форума один из тех "*десятков российских миллионеров*", чьему прибытию в Лондон дивилась "Таймс", "*мы бо-*

гаты и отнюдь этого не стыдимся". По части отсутствия стыда за богатство - это про наших уже давно всему миру известно» [РГ 23.04.2004, № 3463].

Традиционная система ценностей русской культуры, стремившаяся к равновесности материального и духовного начал, под влиянием быстро изменяющейся социокультурной среды претерпела изменения. В изначально двухъядерном концепте «Богатство» произошло смещение этосной направленности в целом в сторону повышения ценности материальных благ.

* *«Хамоватый гедонизм и спасительный "отстой"»* (Анатолий Макаров): «Кризис почти с циничной прямоотой напомнил нам о тщете **богатства**, лишенного некоей бескорыстной, не подвластной материальному расчету цели. Чего ханжить, тот, кто поднакопил **имущества** и **твердой валюты**, переживет его без особых потерь, но, мне кажется, даже такой уникальнейший счастливчик вдруг потянется к чему-то давнему, простому, не стоящему никаких **денег**, может, к стихам, может, к старым друзьям, которым был дорог сам по себе вне зависимости от своих **достижений**, может, просто к прогулкам в одиночестве по замоскворецким переулкам. А что же говорить о **прожигателях жизни, клубных завсегдатаях, глотателях гламурных пустот**, получивших **"большие тыщи"** лишь потому, что их молодость счастливым образом совпала с новым веком, вернее, с его авантюрами» [Известия 03.02.09].

В целом в анализируемой российской прессе достаточно последовательно выражены проблемы этического характера, связанные с микроконцептосферой «Богатство»: 1) нравственность богатства; 2) образ жизни богатых в России.

Прагматикон предполагает наличие у продуцента дискурса объективных причин постулирования тех или иных ценностей. Зависимость прессы от охвата читательской аудитории, борьба между изданиями за читателя-потребителя печатной продукции и сиюминутный коммерческий успех приводит к ориентации на среднего носителя языкового сознания этноса, что выражается в размытости ценностной шкалы. Современная массовая российская пресса балансирует между двумя полюсами мнений: 1. Богатство – порок. – 2. Богатство не порок.

* *«Скидка на миллион»* (Нужно ли скрывать роскошь во время кризиса) Михаил Веллер: «По-прежнему **богачу** легче пролезть в игольное ушко, чем войти в царствие небесное. Дело не в том, что кто-то заказывает на день рождения Элтона Джона или Мадонну, дело в том, что в это самое время у других нет денег на билет до собственных родителей или детей в соседний город. Нравственным **богачу** быть довольно трудно, потому что наживание **богатства** и проявление нравственности – несколько разных подход к жизни» [РГ 25.03.2009, №4874].

* *«Делить или умножать»* (Леонид Радзиховский): «Надо объяснять людям, что **богатые** не делят национальное **богатство**, не отбирают, а организывают экономику и УМНОЖАЮТ. Богаче приносят больше пользы бедным, чем бедные – **богатым**. По крайней мере – не меньше» [РГ 1.04.2008, №4626];

Между данными полюсами располагается представление о богатстве как о внешнем атрибуте: *«Командировка в собственность»* (Как заработать вместе с Россией?) (Владимир Умнов) Сергей Чернышев: *«Богатство* – это камзол, расшитый бриллиантами, или "оранжевые упоительно дорогие кальсоны" из грез Кисы Воробьянинова. **Богатства** собственнику, понятное дело, доступны, но сами по себе не важны. **Богаче** тоже ищут счастья, смысла жизни, самореализации» [РГ 16.03.2007, №4314].

Диспозиция организует дискурс, опираясь на сильные текстовые позиции, прецедентные феномены, способы выдвижения текстовой информации. Заголовки, включающие репрезентанты микроконцептосферы «Богатство», содержат:

- прецедентное высказывание: «*Власть – богатым!*» [АиФ 2005, № 26: 4]; «*Без штанов, но на "Феррари"*» [Известия, 13.02.2009]; «*Кульм наличности*» (Ученые вывели формулы достаточной бедности и богатства)» [РГ, № 4529, 28.11.2007]; «*Ты чего такой бедный?*» [РГ 19.09.2008, № 4755]; «*Трудно быть богатым? (Как россияне отнеслись к куршевельскому инциденту)*» [РГ 9.02.2007, № 4291];
- прецедентное имя: «*"Запорожец" и "Мерседес" (Разрыв между бедностью и богатством достиг в России критической величины. Что с этим делать?)*» [РГ 3.04.2007, № 4331]; «*Москва – вторая по числу миллиардеров (Больше богачей живет только в Нью-Йорке)*» [Известия 13.03.2006].

Прецеденты в тексте могут быть включены в иные структурные элементы: таблицу: «Как Россия делится на *принцев и нищих*» [Известия 25.06.2009]; интернет-опрос – вопрос: «Как вы относитесь к *миллионерам?*»; варианты ответов: «*Миллионер – всем ребятам пример*», «Завидую», «Ненавижу»; «Спокойно, так же как и к *миллиардерам*» [Известия 21.10.2006].

Логос как словесно-мыслительное начало речи определяет идею, свойственную эпохе, которую продуцент дискурса стремится передать в слове. Констатируя колоссальный разрыв между доходами богатых и бедных, авторы публикаций пытаются прогнозировать события, описывая прямо противоположные сценарии:

* «*Острие конуса*» (Леонил Радзиховский): Что касается России, то оценки экспертов примерно такие. Как уже сказано, *1500–2000 людей – с состоянием от 100 млн. долларов, от 120 до 200 тысяч – "простых миллионеров"*. Это хоть и не *"вертикаль миллионеров"*, торчащая из ровной пустыни нищеты, но довольно крутой конус, а не полая возвышенность над могучим средним классом. <...> Есть два рецепта. «Осыпать конус», равнять его с грунтом. Не обязательно совковой лопатой – можно и прогрессивным налогом, скажем. Второй. Не мешать конусу тянуться все выше, надеясь, что он автоматически «приподнимает грунт», подтягивает свое широкое социальное основание. Первый ответ нравится *бедным*, второй – *богатым*. Это ясно. А какой устраивает людей разумных? [РГ 20.11.2007, № 4299].

При всем разнообразии точек зрения, авторы сходятся в том, что расслоение общества дестабилизирует обстановку, становится опасным как для бедных, так для богатых. «...*"Норма"*, если доходы *богатых* больше, чем у бедных, в 7 – 9 раз, а не в 20, как сейчас. <...> В Москве, например, доходы 10 процентов *самых богатых* превышают доходы 10 процентов наименее обеспеченных, по официальной статистике, почти в 50 раз» [РГ 28.11.2007, № 4529]. «*Монетизация*» правды». «Беда нынешней России состоит в том, что у нас развелось много разных правд. Своя правда не только у *богатых* и бедных. Свою правду «качают» силовики, чиновники, регионы. Средний бизнес пробивает свою правду, а *олигархи* свою» [АиФ 2005, № 9: 8].

При этом для многих главным богатство являются люди:

* «*Живое богатство*». Эти люди (одаренные дети – С.З.) – *богатство* для страны, без которого невозможен инновационный прорыв [РГ 27.03.08, № 4622];

* (из интервью с Леонидом Парфеновым): «В истории России есть все. Можно выстроить любую тенденцию и доказать: вот это и есть Россия и русский путь. Но, слава богу, при таком *богатстве* самых разных явлений русской цивилизации всегда оставался какой-то выбор... Россия, вопреки представлениям, по духу либеральная страна

и непредсказуемое разнообразие сильных талантов, которые проявляют себя совершенно неожиданно, – это главное *богатство* и главная надежда [АиФ 2005, № 3: 18].

Тезаурус опирается на концепты, активно используемые журналистами и образующие концептуальное поле современной российской прессы: круг явлений, фигур исторических деятелей, современных предпринимателей, «звезд», связанных в сознании русской ЯЛ с богатством.

- Прецедентные имена и тексты: *«Английская королева потеряла сбережения»*. Вопреки известной песне *Аллы Пугачевой, короли могут не все*. Например, даже им не удалось защититься от финансового кризиса [Известия 21.10.2008].

- Прецедентные высказывания: *«Быть богатым»* (Теленеделя) (Ирина Петровская): «Все-таки причудлива она, наша русская ментальность. С одной стороны, именно русский народ додумался до такой мудрости, что *бедность не порок, а большое свинство*. С другой – в наших пословицах и поговорках встречаешь: *"Хоть мошна пуста, да душа чиста"* – тогда как *"Богатому черти деньги куют", "Богачи едят калачи, да не спят ни в день, ни в ночи; бедняк чего ни хлебнет, да заснет"*.

Короче, *богатых* у нас не любят издревле, хотя и мечтают о том, какая жизнь настала бы, если бы с неба – прямо под ноги – упал *миллион*. Или бы приплыла *золотая рыбка* и спросила: *"Чего тебе надобно, старче?"*. Или *волшебная щука* принялась бы во избежание лютой смерти исполнять любые желания. И в этом тоже проявляется исключительная причудливость российского национального характера, в котором ненависть к *богатым* органично сочетается с мечтой о собственном *богатстве*, таком недоступном, но таком притягательном: *"И больно хочется, да в кармане не можется"*» [Известия 27.03.2009].

- Ссылки на авторитет: мнение исследователей, экспертные оценки, социологические данные: *«Миллиардеры усохли»* (Павел Арабов): «Впервые с начала финансового кризиса составлен *рейтинг самых богатых* граждан России. Он ужасает – от *"былой роскоши"* осталась примерно треть. Еще недавно один из *богачей* людей планеты *Олег Дерипаска по расчетам журнала "Финанс"* едва удержался в десятке. А возглавил рейтинг *Михаил Прохоров*, до этого известный в основном благодаря скандальному аресту в *Куршевеле*. Общее состояние первых десяти *богачей* похудело в три раза – до *\$76 млрд*» [Известия 16.02.2009].

Инвенция определяется кругом тем, находящихся в сфере внимания российской прессы в связи с концептуализацией «Богатства». Концептуализация, осуществляющаяся в двух направлениях: «материальное богатство» – «духовное богатство» охватывает все социально значимые направления.

- Политика: *«На что сдалось нам ВТО?»*. Как бы *разбогатели* наши *олигархи*, одновременно *обогащая* западные страны. Как сказал один чиновник, ничего страшного не будет, если ВАЗ будет принадлежать «Дженерал моторс» [Свет 2004, № 11: 3].

- Экономика: *«Доверяйте национальной валюте»*. Юганскнефтегаз» считается самым *богатым* нефтяным активом России. Теперь он принадлежит государственной компании «Роснефть» [Эхо планеты 2005, № 1–2: 15].

- Культура: *«Муза музыки – Музе поэзии»*. Но когда произведение создано, оно из замкнутого авторского пространства требует выхода к людям, к тем, кого оно порадует, *обогатит*, а может, и оставит равнодушным [ЧЗ 2005, № 34: 1]; *«Господин Кино»*. Мастроянни признавался: «Вне моего ремесла у меня нет каких-то особых интересов. В этом, пожалуй, моя ограниченность. Нет у меня никакого выдающегося духовного и культурного *богатства*» [Крестьянка 2004, № 12: 101].

- Наука: «*Непрерывное развитие языков*». Эсперанто не ведет ни к одной из мировых культур, тогда как живой английский открывает путь к духовным **богатствам** – историческим и современным – многих развитых стран... Авторитет русского языка связан не с давлением извне, а только с достоинствами самого языка – очень **богатого** и гибкого [Наука и жизнь 2006, № 5: 43].

- Образование, медицина: «*Жизнь с глаукомой*». Третья составляющая самолечения глаукомы – правильное питание. Прежде всего, это употребление продуктов, **богатых** витаминами А, группы В и С. **Богата** каротином, столь необходимым для глаз, тыква [Будь здоров 2005, № 3: 13].

- Спорт: «*Легкий бомбардир из легкой команды*». Хорошие футбольные поля имеют известные, достаточно **богатые** клубы [Спортивная жизнь 2005, № 8: 6].

- Окружающая среда: «*Колокол тревоги – о колокольчиках*». Десять лет Сочинское отделение Русского географического общества и, конечно же, лично его председатель А.С. Солодыко проводили скрупулезную инвентаризацию **богатейшей** флоры нашего региона, при этом выявив более 2000 растений [ЧЗ 2005, № 15: 2].

- Реклама: «*Pronumание*». Хлеб «8 злаков», МБKK «Коломенское». Злаки – **богатый** источник клетчатки и витаминов. Они помогут сбалансировать питание, что особенно важно в период поста [Здоровье 2005, № 4: 65].

Пафос представляет собой способ отстаивания системы ценностей, являющейся, с точки зрения продуцента, актуальной для этносоциума в данный период развития общества. В современном дискурсе российской прессы можно выделить следующие виды пафоса: мифологический (основывающийся на иррациональности: синкретичности действительности и образов-символов / архетипических представлений); убеждающий (строящийся на рациональной основе путем логических умозаключений и дидактической модальности); прагматический (содержащий образ разумного действия); гедонистический (направленный на дестабилизацию привычных норм и ценностей); смысловывяляющий (закрывающийся в поиске нравственных ориентиров).

АВС, характеризующая ЯЛ продуцента дискурса, представляет собой лексико-грамматическую координацию. В текстах прессы можно выделить как специфическое словообразование («*Голоса Сталинграда*»: «волгоградское **радиобогатство**» [Российская неделя 2005, № 25: 10]; «*Без штанов, но на "Феррари"*». Экономический кризис явно не пугает **богачев**. Подобный вывод можно сделать из статистики продаж «**люксовых**» автомобилей за прошлый год. Так, «**отгрузка**» заводов *Maserati* и *Rolls Royce* выросла на 10 и 20% соответственно. А итальянский *Ferrari* и вовсе показал **беспрецедентную прибыль** за всю историю компании [Известия 13.02.2009]), так и сниженную лексику:

*«*Богаче не бывает*» (Елена Шишкунова) «Рейтинги Forbes свидетельствуют о том, что год за годом **миллиардеры** увеличивают свои состояния. Но 2005 год стал особенным, таких прибылей у бизнесменов давно не было. Акции их компаний пользовались **бешеной популярностью**, капитализация росла, состояние увеличивалось. **Вкупе "золотая сотня"** заработала за год на 75% больше, чем в прошлом году, **\$248 млрд против \$141 млрд**» [Известия 21.04.2006];

* «*Делить или умножать*» (Леонид Радзиховский): «Всего в мире – 1125 «**миллиардеров-от-Форбс**», Россия на втором месте (на первом, естественно, США – 469 человек)» [РГ 1.04 2008, № 4626].

АВС строится с учетом двухъядерной структуры концепта: 1) *олигархи, сверх-богатые люди, толстосумы, VIPы, «миллиардеры-от-Форбс», «золотая сотня», Куршевель, Рублевка, «люксовые» автомобили, яхты, частные реактивные самолеты, футбольные клубы, роскошь, прибыль, фешенебельные рестораны, бриллианты, золото, Maserati, Rolls Royce, Ferrari и т.д.*; 2) *фольклор, природа, традиции, семья, опыт, язык, люди, талант и т.д.*

Элокуция как ЛР параметр, характеризующий завершение процесса текстообразования, включает тропы и фигуры: метафора: «Ваш долг потребителя, при регулярном откладывании небольшого количества *денег* даст возможность уйти в отставку *богатыми*» [Сочинский бульвар 2005, № 4: 4]; парадокс: «В результате получается, что самый *богатый* человек – это монах в монастыре» [АиФ 2005, № 10: 3]; «Люди *богатые*, как не парадоксально, возникают из безденежья» [Сочинский бульвар 2005, № 4: 4]; ирония: «*Английская королева потеряла сбережения*». Нынешний кризис действительно не щадит ни бедных, ни богатых. Во вторник стало известно, что *Елизавета II*, которая, по версии "Форбс", является *самой богатой женщиной среди монархов*, стала на *7 десятков миллионов долларов "беднее"*. *Теперь ее состояние - каких-нибудь 580 миллионов долларов* [Известия 21.10.2008]; переосмысление прецедентного феномена: «Причем «рука берушая» будет работать все равно с большей скоростью, чем «рука дающая» [АиФ 2005, № 2: 5]; «надо просто понимать, что кто-то рождается *принцем*, а кто-то нищим» [АиФ 2005, № 7: 3]; «Кто-то сегодня называет Художественный *богатеньким*. Надо им, наверное, проще говорить: «Бей *богатых*, спасай Россию!». Но мужества на это нет. Исподтишка легче лягнуть ...МХТ – не *богатенький*, а работоспособненький и трудолюбивенький» [АиФ 2005, № 9: 3]; афоризм: «*Богатство* сытым не бывает»; «Пока не стану гладеньким – лаю на *богатеньких*»; «*Богатых* стыд – в сейфах зарыт»; «*Богатый богатому* рад, да при случае толкает его в ад» [Российская неделя 2005, № 26: 28]. «Красота – как *богатство*: она редко приносит счастье» [АиФ 2005, № 30: 27].

Концептуализация микроконцептосферы «Богатство» в дискурсе российских СМИ имеет три направления: 1) материальное богатство, характеризующее благосостояние человека преимущественно в денежном эквиваленте; 2) нематериальное богатство, характеризующее природные, культурные и духовные ценности; 3) признак «богатый» может определять состав чего-либо («разнообразный»), указывать на количественные («много / очень много») и качественные («великолепный», «роскошный», «шикарный») характеристики предмета или явления. Контексты, репрезентирующие в современной российской прессе богатство как понятие, связанное с материальными ценностями, и понятие, характеризующее ценности и признаки нематериального свойства, находятся примерно в равном процентном соотношении. Однако отношение к материальному богатству вызывает бурную полемику в печати.

Специфика репрезентации микроконцептосферы «Riches / Richness / Wealth», на страницах «The Times», «The Guardian», «The Daily Mirror», «The Observer» и др. рассматривается как фон для сопоставления с микроконцептосферой «Богатство».

ЛГ параметры, непосредственно формирующие ценностные ориентиры (этос, логос, пафос) в дискурсе английской прессы имеют свою специфику. В английской картине мира проблема наличия / отсутствия богатства не связана с определенной нравственной позицией, хотя осуждению подвергается богатство, по-

лученное нечестным путем, а также то богатство, которое становится целью, подчиняя себе всю человеческую деятельность. Тем не менее, этосные ценности формируют уважительное отношение к богатству – результату долгого упорного труда. При этом богатство, доставшееся владельцу по наследству, не вызывает общественного осуждения. Проблема наследования является чрезвычайно важной для английского национального сознания, в частности, в прессе широко обсуждается налог на наследование.

Логосные ценности находятся в плоскости преодоления социального неравенства, которое влечет за собой дестабилизацию общества в мировом масштабе, тогда как в Великобритании противостояние двух полюсов: «богатства» и бедности» сглаживается благодаря наличию «среднего класса».

* «**Wealth** gap creating a social time bomb» (John Vidal, environment editor): Growing inequality in US cities could lead to widespread social unrest and increased mortality, says a new United Nations report on the urban environment. In a survey of 120 major cities, New York was found to be the ninth most unequal in the world and Atlanta, New Orleans, Washington, and Miami had similar inequality levels to those of Nairobi, Kenya Abidjan and Ivory <...>. [The Guardian 23.10.2008]. «Пропасть между **богатством** и бедностью это бомба замедленного действия». Растущее социальное неравенство в городах США может привести к большому числу убийств и самоубийств, заявляет ООН. Из 120 больших городов, Нью-Йорк находится на 9 месте по социальному неравенству, а Атланта, Новый Орлеан, Вашингтон и Майами имеют черту бедности, сопоставимую с Найроби в Кении и Кот'д-Ивуаром <...>.

Пафосные ценности как способ интерпретации социальных отношений регламентированы так же, как и в российской прессе, типологией текстов современный печатных СМИ, в основу которой положены психологические принципы журналистского творчества.

Прагматические установки, формирующие цельное восприятия богатства в английской картине мира культивируют отсутствие морально-нравственных противоречий. Упоминание о богатстве в прессе, относящееся к какому-либо лицу, носит в большей степени информативно-прагматический характер и сопровождается убеждением, что разбогатеть можно благодаря личным усилиям.

*Mr. Askin got **rich** selling second hand cars. [The Sunday Times 2003, № 5: 5]. (Мистер Аскин **разбогател**, продавая подержанные автомобили). Some of her friends are quite **wealthy**. [The Times 2000, № 5: 5]. (Некоторые из ее друзей очень **богаты**).

Тезаурус включает концептуализированные единицы, связанные с категорией богатства: прецедентные имена, высказывания, тексты, апеллирующие к когнитивным представлениям ЯЛ этноса.

* *Early to bed and early to rise makes a man healthy, wealthy and wise.* [The Financial Times 2003, № 5: 4]. (Кто рано ложится и рано встает, здоровье, **богатство** и ум наживет). «*House that Stalin built*». The number of the legendary building's original residents has been dwindling relentlessly. Some of the apartments have been bought by **nouveaux riches**. [The Daily Mirror 2006, № 3: 15]. «*Дом, который построил Сталин*». Число старожилов легендарного дома постоянно уменьшается. Некоторые квартиры были куплены **нуборишами**.

ABC представляет собой широкий спектр: *super-rich, rich multi-millionaire, nouveaux riches, extremely wealthy, made a richness, Russia's new super-rich, wealthiest*

corporations, bank balance, money, high profile, oil-and-gas rich, mineral riches, treasures, gold, McCartney, Michael Jackson, Louis Berg и т.д. И хотя английские медиаконтексты включают номинации нематериального свойства: *wisdom* (мудрость), *education* (образование), их незначительное количество не позволяет говорить о наличии самостоятельного ядра.

Контексты современной английской прессы с репрезентантами одноядерного концепта «Riches / Richness / Wealth», хотя и обладают широким инвентивным охватом (политика, экономика, культура, наука, образование, медицина, спорт, окружающая среда, реклама), демонстрируют стабильность ценностных ориентиров, концентрирующихся вокруг материального богатства. При сопоставлении принципов диспозитивной организации, становится очевидным, что если в российской прессе заголовки насыщены международными культуроспецифичными реалиями, то в английской прессе преобладают явления национальной культуры.

* «*McCartney wealth put at £713m*». [The Guardian 20.04.2001]. «*Состояние Пола Маккартни оценивается в 713 млн. фунтов*». «*Oxford colleges reveal their wealth*». [The Guardian 8.07.2004]. «*Оксфордские колледжи обнародовали свои доходы*».

Элокутивное наполнение дискурса английской прессы в целом составляют те же элементы, что и российской, отличаясь большей степенью этноцентризма: метафора: «*Wealth gap grows and solidarity fades as rebellion of rich spreads across EU*». [The Guardian 11.06.2007]. «*Пропасть между богатством и бедностью растет, и недовольство богатыми распространяется по всему Евросоюзу*»; парадокс: «*Should the poor inherit the wealth?*» [The Observer 14.11.2004]. «*Способна ли бедность породить богатство?*»; ирония: Meet Dasha Zhukova. *Young, gorgeous, ridiculously wealthy in her own right (thanks to her father's massive fortune)* <...>. [The Observer 13.01.2008]. Знакомьтесь, Даша Жукова. *Молодая, великолепная, абсурдно богатая (спасибо ее отцу за большую удачу)* <...>; антитеза: One law for the rich and another for the poor. [The Financial Times 2003, № 5: 4]. Для бедных один закон, для богатых другой; переосмысление прецедентного феномена: Don't make an idol of wealth. [The Sunday Times 2003, № 5: 5]. Не сотвори себе кумира из богатства; афоризм: «*Rags-to-riches*» [guardian.co.uk, The Guardian 12.02.2007]. «*Из грязи в князи*». «*Gags to Riches*» [guardian.co.uk, The Guardian 29.09.2007]. «*У богатых свои привилегии*» образом, дискурс прессы в качестве ЛР конструкта обладает соответствующим инструментарием воздействия, позволяющим выстраивать ценностные ориентиры в соответствии с заданной прагматической установкой, ориентируясь на чрезвычайно широкий круг реципиентов – коллективную ЯЛ этноса.

В заключении представлены основные итоги и выводы исследования. В результате сопоставления единиц русского и английского языков можно утверждать, что сходство между ними наблюдается в фундаментальных ценностях как морального, так и утилитарного порядка, различия касаются плана выражения (наличие одного имени концепта в русской лингвокультуре и трех – в английской), распределения и комбинаторики норм, степени их актуальности для данных лингвокультур. Обнаруженные в процессе анализа медиаконтекстов дифференциальные признаки микроконцептосфер «Богатство» / «Riches / Richness / Wealth» демонстрируют этнопсихолингвистические особенности современной социокультурной среды.

Перспективы исследования усматриваются в более углубленном и целенаправленном анализе связи концепта «Богатство» с другими лингвокультурными концептами, в совокупности образующими матрицу ценностных ориентиров и приоритетов коллективной ЯЛ этноса.

Основное содержание работы представлено в следующих *публикациях*:

1. *Зубарев С.В. Теоретико-методологические основы исследования концепта «Богатство» как базового лингвориторического конструкта национальной концептосферы (на материале современной русской и английской прессы) // *Вестник Поморского университета. Вып. 5 / 2007. Серия «Гуманитарные и социальные науки»*. Архангельск: ПГУ им. М.В. Ломоносова, 2007. С. 110–113.

2. Зубарев С.В. Формирование национальной концептосферы // *Лингвофевраль – 2003: Матер. науч. конф. по проблемам филологии и методики преподавания*. Сочи: СГУТиКД, 2003. С. 30–33.

3. Зубарев С.В. Культурный концепт «Богатство» как базовый конструкт национальной концептосферы (на материале русского и английского языков) // *Проектирование инновационных процессов в социокультурной и образовательной сферах: Матер. 6-й Междунар. науч.-метод. конф. В 2 ч. Ч. 2. Сочи: РИО СГУТиКД, 2003. С. 120–125 (в соавт.)*.

4. Зубарев С.В. Фразеология как этнокультурная репрезентация специфики и менталитета народа (на материале русского и английского языков) // *Проектирование инновационных процессов в социокультурной и образовательной сферах: Матер. 7-й Междунар. науч.-метод. конф. В 2 ч. Ч. 2. Сочи: РИО СГУТиКД, 2004. С. 146–148*.

5. Зубарев С.В. Контексты употребления концепта «Богатство» в материалах русской и английской прессы: сопоставительный анализ // *Гуманитарные науки: исследования и методика преподавания в высшей школе: Матер. 3-й Всерос. науч.-метод. конф. Сочи: РИО СГУТиКД, 2005. С. 195–197*.

6. Зубарев С.В. Концепт «Богатство» в английском и русском языковом дискурсе СМИ как актуальная социокультурная информация // *Проектирование инновационных процессов в социокультурной и образовательной сферах: Матер. 8-й Междунар. науч.-метод. конф. В 2 ч. Ч. 2. Сочи: РИО СГУТиКД, 2005. С. 108–112*.

7. Зубарев С.В. Типология контекстов-репрезентантов концептуального поля «Богатство» в русско- и англоязычном дискурсе СМИ (на материале русского и английского языков) // *Дни науки Социально-педагогического института Сочинского государственного университета туризма и курортного дела: Матер. 6-й науч.-практ. конф. студ. и асп. Сочи: РИО СГУТиКД, 2007. С. 203–206*.

8. Зубарев С.В. Концепт «Богатство» как доминанта национальной концептосферы (на материале русско- и англоязычных СМИ) // *Гуманитарные науки: исследования и методика преподавания в высшей школе: Матер. 5-й Всерос. науч.-метод. конф. РИО СГУТиКД, 2007. С. 214–215*.

9. Зубарев С.В. Концепт «Богатство» как этноментальная социокультурная информация (на материале русского и английского языков) // *Лингвориториче-*

ская парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 8. Сочи: РИО СГУТиКД, 2007. С. 44–52.

10. Зубарев С.В. Этносоциокультурные особенности контекстов-репрезентантов концепта «Богатство» в русско- и англоязычном дискурсе СМИ. // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 9. Сочи: РИО СГУТиКД, 2007. С. 42–52.

11. Зубарев С.В. Концепт «Богатство»: опыт психолингвистического и лингвокультурологического исследования // Лингвистика XXI века: актуальные направления: Сб. научных трудов. Воронеж: ВГПУ, 2007. С. 211–217.

12. Зубарев С.В. Концепт «Богатство» как способ выражения русского и английского языкового сознания // Проблемы концептуализации действительности и моделирования языковой картины мира: Сб. науч. тр. Архангельск: Поморский университет, 2007. С. 142–147.

13. Зубарев С.В. Семантическая характеристика репрезентантов концепта «Богатство» (на материале русско- и англоязычной прессы) // Гуманитарные науки: исследования и методика преподавания в высшей школе: Матер. 6-й Всерос. науч.-метод. конф. Сочи: РИО СГУТиКД, 2008. С. 281–284.

14. Зубарев С.В. Репрезентация ценностных приоритетов коллективной языковой личности в современном дискурсе прессы (на примере концепта «Богатство») // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 12. Сочи: РИО СГУТиКД, 2008. С. 67–73.

15. Зубарев С.В. Рабочая методика концептуального анализа и результаты ее применения (микроконцептосфера «Богатство») // Дни науки Социально-педагогического факультета Сочинского гос. университета туризма и курортного дела: Матер. 8-й Межвуз. студенч. науч.-практ. конф. Сочи: И.П. Кривлякин С.П., 2009. С. 177–178.

